京东研究院 企业内部已有5万个智能体

京东消费与产业发展研究院院长刘晖在新华社近日推出的“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目中说,人工智能对企业的发展至关重要。目前,京东企业内部已有5万个智能体,已在2000多个场景中应用了人工智能。

刘晖表示,在京东,这些智能体被称为数字同事。人工智能帮助企业重新审视各环节此前存在的流程逻辑、积累的数据,推动降本增效。

去年12月京东宣布数字人直播免费向所有商家开放,近期又宣布打造具身智能数据采集中心。

“我们希望把在企业内部通过人工智能实现的效能提升和积累的丰富技术经验、模型能力开放给行业,带动合作伙伴一起成长,共享时代红利。”刘晖说。

刘晖认为,人工智能的价值和场景是深度融合的,产业场景对于大模型的价值创造特别关键,一定要用在场景中积累的精准数据、深度洞察去产生应用,并在场景中历练,这样大模型才能有价值。同时,随着大模型逐渐成为通用工具以及“龙虾”等智能体的应用,创新主体已从此前的算法工程师、架构师等,转变为真正在场景中应用的人群。

“创新主体的扩展是一个特别有价值的事情,在大量企业中,真正在一线的人拥有了这种能力。”刘晖表示,这意味着创新门槛在降低,创新的可能性更多在场景应用中产生,这是企业特别愿意看到的变化。

在谈到企业在践行科创融合、参与未来产业发展过程中面临的机遇和挑战时,刘晖表示,传统企业在数智化过程中还存在不少难点,比如数据积累、技术能力、资金资源等都比较弱。

他建议,企业可以选择一个已经有数据积累的“小切口”进行数智化升级改造,这样可通过技术升级、人工智能应用迅速创造价值,并形成内部正向验证,继而通过拓展模式、流程改造带来“大纵深”的成长。

刘晖表示,在技术研发层面,期待国内能够尽快丰富人工智能从底层基础、系统工具到应用开发的完整国产化支撑逻辑。“我们期待在政府的指导和支持下,与大量的合作伙伴携手,让更多的创新在真实场景中萌发和落地,去创造真实的价值。”

(新华社记者 阳娜)

素颜之美的东方表达

——艺馨容创始人何英情的美业实践

在消费升级与审美回归理性的时代背景下,中国美业正经历从“外在修饰”向“内在健康”的深刻转型。作为这一趋势中的探索者,艺馨容品牌创始人何英情,以二十余年行业积淀,走出了一条兼具东方审美与产业创新的高端发展路径。

2019年,艺馨容品牌正式创立。不同于传统以产品销售为核心的路径,艺馨容从一开始便确立了“东方素颜美肌”的定位,构建产品、服务与培训协同发展的体系。品牌以植物萃取为技术基础,强调温和、安全与长期改善,通过专业检测与个性化方案,为消费者提供系统化的护肤体验。这种“从根源出发”的理念,逐步形成其差异化竞争优势。

在行业普遍陷入价格竞争的阶段,何英情选择逆势布局高端赛道。她认为,美业未来的核心不在于低价扩张,而在于品质与体验的提升。艺馨容以体验店为核心场景,将产品、服务与情绪关怀融为一体,弱化单一销售逻辑,强化用户感受与信任关系。这一模式不仅提升了品牌辨识度,也为本土美业向高端化转型提供了实践样本。

在产品之外,艺馨容更强调“美的综合表达”。品牌将形象管理、色彩搭配、生活方式调整等内容纳入服务体系,倡导外在与内在的协同提升。何英情认为,单纯依赖护肤品无法解决根本问题,健康作息、情绪管理同样是影响肌肤状态的重要因素。这种整体化思路,使其服务体系从单一美容延伸至生活方式指导。

与此同时,艺馨容还在行业赋能方面进行探索。依托多年经验,何英情总结出一套涵盖营销、运营与管理的系统方法,并向合作伙伴开放,帮助新入行者缩短成长周期。这一模式不仅提升了合作效率,也在一定程度上缓解了行业人才培养与经验传承的痛点。

在企业文化层面,何英情提出“家文化”理念,强调事业发展与家庭生活的平衡。通过灵活的工作安排与团队支持机制,打造相对稳定、可持续的职业环境,这一做法在女性从业者占比较高的美业领域,具有一定现实意义。

面向未来,何英情将品牌目标定位为“长期主义”的践行者。她希望艺馨容能够持续深耕东方美学,以品质与服务建立长期信任关系,逐步成长为具有国际影响力的本土品牌。同时,她也希望通过自身探索,推动行业从“内卷竞争”走向“价值创造”,让更多从业者获得稳定发展空间。

从基层从业者到品牌创始人,何英情的路径折射出中国美业转型的一个缩影:从经验驱动走向体系构建,从单一产品走向综合服务,从短期收益走向长期价值。在这一过程中,“素颜之美”不只是审美主张,更成为一种关于健康、生活与自我认知的综合表达。

(张悦)

华彬快消品产业:以专业守品质 以创新赢未来

■ 钟新

三十余载风雨兼程,华彬集团及中国红牛以其坚定的“重资产、深扎根”的发展模式,从一瓶饮料裂变出一个产业生态圈,从单一产品延伸至多元品牌矩阵。

三十余年 从未动摇对品质的坚守

任何一个穿越时间周期的品牌,其背后必然是对品质近乎偏执的坚守。对于中国红牛而言,这份坚守是其立身之本,更是赢得消费者信任的唯一通行证。

回望20世纪90年代,中国市场对“功能饮料”的概念尚属一片空白。华彬集团创始人严彬先生以其前瞻性的商业眼光,决心将红牛饮料引入中国。这不仅是一次商业引进,更是一场充满挑战的拓荒。

当时国内还没有功能饮料这个概念,更没有相关的标准。面对市场准入、品牌商标、配方审定等重重关隘,中国红牛展现出“逢山开路,遇水架桥”的企业精神。团队组织专家进行大量研究、论证,并根据中国消费者的体质和法规要求对配方进行调整。1995年9月中国红牛的国企股东申请的生产许可被批准;1997年,中国红牛获得了卫生部颁发的保健食品标识,为整个功能饮料行业确立了标杆。而且这个许可的配方中的牛磺酸、B族维生素、咖啡因等成分含量与配比,30余年来没有改变,这是中国红牛对亿万消费者健康的承诺。

与此同时,为解决标志性的“斗牛”图案商标注册难题,中国红牛通过多方斡旋谈判,最终由中方股东购得该商标所有权,为中国红牛的未来发展扫清了障碍。红牛维他命饮料(湖北)有限公司总经理葛海一认为,正是凭借科学、严谨的配方,以及解决商标注册难题后,华彬集团和中国红牛才能毫无后顾之忧地进行市场投入,赢得了市场信任,也开创了中国饮料的一个新赛道。

在解决了产品准入和商标等一系列难题后,中国红牛又进行了大量的营销活动进行消费者培育。而随着市场需求增长,产能成为发展的关键。华彬集团董事长严彬先生敏锐地预见到功能饮料在中国市场的巨大潜力,力主必须抢占先机,提前投入、扩大规模,以最快速度完成全国化布局。正是这份“敢为人先”的魄力,推动华彬集团在全国多地选址建厂,奠定了中国红牛扩大生产规模、日后领跑市场的坚实基础。2005年,华彬集团落子“九省通衢”的湖北咸宁,仅用12个月便建成一座年产能12亿罐的现代化工厂,创造了令人惊叹的“咸宁速度”,让中国红牛真正从一线城市走向千家万户。

在规模扩张的同时,华彬集团和中国红牛从未动摇对品质的坚守。在荣获“国家级5G工厂”和“国家级绿色工厂”的咸宁基地,每一罐产品都历经严苛考验。湖北咸宁生产基地还拥有CNAS认证的实验室,内控标准远超国标。从确保“内涂零缺陷”的罐体检测设备,到生产线上“火眼金睛”的AI视觉检测系统,中国红牛及合作伙伴对产品品质严要求,铸就了品牌的核心资产和市场口碑。

多元创新布局 培育实业新质生产力

面对日新月异的市场和消费需求,华彬集团组建华彬快消品集团,收购国际品牌,推出自主产品。

近年来,随着新的国际品牌携强大资本进入市场,能量饮料赛道的竞争愈发白热化。华彬快消品集团并未固守功劳簿,而是主动求变。2017年,华彬快消品集团推出其自主研发的能量饮料“战马能量型维生素饮料”,创新性地引入d-核糖实现产品差异化。为迎合年轻消费群体健康化、个性化的趋势,2025年战马又推出多款含气无糖能量新产品,展现了其敏锐的市场洞察与快速的创新响应能力,证明了华彬快消品集团创新战略的及时性和前瞻性。

这份创新精神同样体现在生产与管理的数字化转型上。在广东佛山三水生产基地,AGV无人智能叉车穿梭自如,“五码合一”全链条追溯体系将生产、物流、销售环节有机贯通,实现了精准的数字化管理。这不仅是效率的飞跃,更是制造业向“智造”转型的生动缩影,让一线员工从“动手”的操作者,成长为“动脑”的系统管理者。正如广东红牛维他命饮料有限公司总经理刘江雷所言:“工厂的意义,远不止于规模化生产,更要成为市场创新的策源地。”

聚焦“真能量”深扎根向上成长

不同于一些企业追逐轻资产、快回报的商业理念,华彬集团和中国红牛“重资产、深扎根”的战略显得尤为珍贵。中国饮料工业协会副理事长、华彬快消品集团工业执行总裁张立刚将中国红牛31年长红的密码总结为三股劲儿:死磕品质的硬劲儿、抱团共进的合劲儿、敢闯新路的闯劲儿。

截至2025年底,中国红牛累计产量突破680亿罐,累计纳税500亿元。华彬快消品集团和中国红牛在全国构建了覆盖超400万个终端网点的销售渠道网络,相关产业链年营收上千亿元,直接或间接创造了上百万个就业岗位。

“一罐红牛的能量有限,但一家中国企业的能量可以很大——大到激活一条链、繁荣一座城、托起万千家庭的安稳日子。这才是我们追求的‘真能量’。”张立刚的这番话,道出了中国红牛及合作伙伴31年成就的产业能量的核心。

(转自中新网)

传承红色基因 践行社会责任

深圳顺牌文化传播有限公司捐赠支持红色文化传播活动

■ 罗红耀 罗文

近日,开国大将罗瑞卿诞辰120周年缅怀活动在四川南充举行,深圳顺牌文化传播有限公司捐款2万元、捐赠优质水源顺本天源饮用水100件,另捐资16666元修缮罗氏宗祠。

该企业文旅部负责人罗文君表示,作为南充籍企业家,将以微薄之力助力红色文化传播,带动更多人传承红色基因。

罗瑞卿大将系南充籍开国元勋,戎马一生,为民族独立与国家建设建立了不朽功勋。本次活动旨在缅怀先辈、弘扬革命精神。

中国银行股份有限公司湖北省分行与广西联合资产管理股份有限公司债权转让暨债务催收联合公告

根据中国银行股份有限公司湖北省分行与广西联合资产管理股份有限公司签署的《中国银行股份有限公司湖北省分行与广西联合资产管理股份有限公司之债权转让协议》,中国银行股份有限公司湖北省分行将其对广西某企业债权及其他权益转让给广西联合资产管理股份有限公司,现通知债务人及担保人对上述债权及其他权益转让事宜知悉。

特此公告。

转让方:中国银行股份有限公司湖北省分行

受让方:广西联合资产管理股份有限公司

2026年4月7日

债务催收联合公告清单 单位:人民币元

序号	债务人名称	身份证号码(脱敏)	未偿本金(元)	欠息(元)	其他费用(元)
1	邓**	420**********745X	19900.00	4617.97	0.00
2	张**	420**********271X	20326.52	30065.90	0.00
3	王**	420**********6534	20000.00	3818.09	0.00
4	李**	420**********0246	19981.16	8947.00	0.00
5	陈**	420**********6328	20000.00	9820.74	0.00
6	刘**	362**********4232	10000.00	4617.96	0.00
7	周**	420**********3539	19945.41	4425.76	0.00
8	杨**	420**********0758	20000.00	8559.08	0.00
9	吴**	420**********9765	20000.00	4703.78	0.00
10	徐**	420**********9853	20000.00	8314.58	2154.00
11	夏**	420**********9491	10000.00	3811.78	0.00
12	李**	420**********8182	9975.56	3944.75	0.00
13	何**	420**********3015	9850.79	3992.78	0.00
14	郭**	420**********2937	10000.00	4108.47	0.00
15	马**	420**********5415	10000.00	3806.53	0.00
16	胡**	420**********7015	20000.00	7330.77	0.00
17	罗**	420**********7011	9800.00	11733.89	0.00
18	谢**	420**********6340	10000.00	3761.50	0.00
19	梁**	420**********8030	19975.10	6322.84	0.00
20	宋**	420**********5026	15990.00	4866.90	0.00
21	唐**	420**********7856	50000.00	19647.77	0.00
22	韩**	420**********1419	50000.00	1446.57	0.00
23	冯**	421**********133X	50000.00	979.83	0.00

平安银行股份有限公司与广西联合资产管理股份有限公司债权转让暨债务催收联合公告

根据平安银行股份有限公司与广西联合资产管理股份有限公司签署的《平安银行股份有限公司广西联合资产管理股份有限公司之债权转让协议》(以下简称“《债权转让协议》”),平安银行将其对广西某企业债权及其他权益转让给广西联合资产管理股份有限公司,现通知债务人及担保人对上述债权及其他权益转让事宜知悉。

广西联合资产管理股份有限公司特此公告通知各债务人。

广西联合资产管理股份有限公司(以下简称“广西联合资产”)与广西某水泥有限公司(以下简称“债务人”)于2026年2月6日签署《广西联合资产管理股份有限公司与广西某水泥有限公司之债权转让协议》,债务人将其对平安银行南宁分行享有的全部债权及其他权益转让给广西联合资产。特此公告。

转让方:平安银行股份有限公司

受让方:广西联合资产管理股份有限公司

2026年4月7日

债务催收联合公告清单 单位:人民币元

序号	债务人名称	合同号	本金余额(折人民币)	欠息余额(折人民币)	费用余额(折人民币)
1	王**	RL2025081500123	349079.73	98846.08	0.00
2	李**	RL2025082200237	302282.72	71455.50	0.00
3	张**	RL2025083000678	69973.63	5895825.84	18574.35
4	刘**	RL2025083100167	63999.90	5868866.03	17151.89
5	陈**	RL2025083100166	15306.80	9006.25	0.00
6	赵**	RL2025083100167	17140.56	2893.94	3068.07
7	孙**	RL2025082400298	25004.92	3678.02	0.00
8	周**	RL2025082600305	68804.34	29433.58	0.00
9	吴**	RL2025082700306	58947.75	19647.34	0.00
10	郑**	RL2025083000307	29528.18	7353.53	0.00

四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 地址:四川省成都市金牛区金琴路10号附2号 电话:(028)87319500 87342251(传真) 广告经营许可证:川工商广字5100004000280 四川省东和印务有限责任公司印刷 地址: 四川省成都市郫都区双柏东二街113号